Introduktion

Vil du udvikle dig?
SalesPrep.! er et e-læringsredskab, der indeholder gense salgsteknikker. Det primære formål med SalesPrep.! er at give sælgere et redskab hvor de kommer i berøring med de primære salgsteknikker.

Åbningsfasen (5x20)

Åbningsfasen er vigtig da det første indtryk skabes her. Ofte fravælges sælgeren hvis det første indtryk ikke er i orden, derfor er 5x20 reglen helt basal.

De første 20 ord:
De første 20 ord skal være forberedt, og det er ikke ”Jeg kom lige forbi.”

De første 20 centimeter:
Man skal virke tillidsvækkende, smile og se direkte på kunden.

De første 20 sekunder:
I de første sekunder må man ikke komme galt af sted

De første 20 bevægelser:
De første 20 bevægelser må ikke inkludere famlende bevægelser, f.eks. med en kuglepen mm.

De første 20 skridt:
De første skridt skal være sikre og holdningen skal være rank.

En sælger skal

Når en sælger kommunikerer med kunderne, skal man altid huske disse fire basale grundregler:

Lytte og stille spørgsmål:
Husk altid at en person kun har en mund, men to øjne og to ører. Ved at have fokus på at lytte og spørge holder man kunden som midtpunkt.

Aldrig tale om sig selv:
Det er kunden der er interessant og ikke dig, din ferie er han ligeglad med.

Ikke tale i munden på kunden:
Hvis man taler i munden på kunden siger man indirekte, at det han sige ikke er så vigtigt som det du nu vil sige.

Tale et sprog kunden forstår:
Anvend færrest mulige fremmedord og fagudtryk.

Spørgeteknik

Sælgeren afdækker kundens behov ved hjælp af to grundlæggende spørgeteknikker:

Informationssøgende spørgsmål:
Informationssøgende spørgsmål afdækker kundens købsmotiver. (HV spørgsmål: hvad, hvornår, hvordan, hvorledes). Eksempler: Hvad lægger du mest vægt på når du skal vælge leverandør? Hvem plejer i at handle hos? Hvor meget skal i bruge? Hvilke betalingsbetingelser er i vant til? Hvornår skal i bruge det? Hvad plejer i at bruge mest af?

Acceptsøgende spørgsmål:
Acceptsøgende spørgsmål, spørgsmål som kunden kun kan svare ja til. Eksempler: Er det ikke korrekt at der er en sammenhæng mellem pris og kvalitet? Du nævnte at du skal bruge det i uge xx er ons i uge xx OK? Du nævnte at leveringstid er vigtig for dig. Er en uges levering OK? Du nævnte at du er vant til 8 dage i 2% i betalingsbetingelser. Er 8 dage – 3% ikke bedre? Du nævnte at du normalt bruger Leverandør XX og YY. Men hvad siger du til at have en leverandør som har hele produktpaletten? Kunne det være en fordel for dig hvis vi kunne reducere dit varelager med 33%?

Købsmotiver:
Band Wagon (du køber et produkt eller et mærke, som alle de andre også har), Snob (du vælger et produkt eller et mærke, som alle de andre ikke kender eller foretrækker), Veblen (du vælger det dyreste mærke for at kunne prale med prisen, men kvaliteten er ofte også i top), Thrifty (du vælger det billigste mærke - for at kunne prale over for andre med, hvor billigt du fik produktet) - udover købsmotiverne kan leveringstid, betalingsbetingelser osv. også være af afgørende betydning.

EFU metoden

Efu metoden er en model der sikre at man kommer et produkts egenskaber, fordele og produktets betydning for kunden.

Egenskaber:
(Hvad er det?) Eksempler: 1. Termostat ventil - 2. Fast pris på elektricitet - 3. Bluse fra H og M

Fordele:
(Hvad kan det?) Eksempler: 1. Programmerbar tidsstyring - 2. Kender pris på lang sigt - 3. Smart og billig.

Udbytte:
(Hvad betyder det for dig?) Eksempler: 1. Lavere varmeregning - 2. Kan budgettere omkostninger - 3. Smart og billig.

Indvendinger (LAER)

Hvis en kunde har indvendinger omkring et produkt, kan man som sælger følge nogle simple trin.

Irritation:
Vis ikke tegn på irritation.

Lytte aktiv (L):
Notere kritik uden at sige noget, der skal som udgangspunkt først lyttes.

Anerkend kundens problem (A):
Sæt pris på at kunden siger hvad der nager/skaber problemer.

Efterforsk indvendinger (E):
Undersøg problemet, stil spørgsmål der går i dybden.

Problemløsning:
Et problem kan evt. løses ved at inddrage kunden, eksempel: (kunde) Der var store kvalitets problemer med jeres tætninger. (sælger) Hvad ville du have gjort hvis du var os? (kunde) Jeg ville have fyret leverandøren. (sælger) Det gjorde vi også for et år siden.

Reager (R):
Følge op og sikre sig kundens tilfredshed.

LAER modellen- en model der kan bruges i forhold til evt. indvendinger

Afslutningsteknik

Der findes forskellige måder hvorpå man kan afslutte et møde eller en handel.

Den direkte metode:
Ved en afslutning efter den direkte metode kan man stille spørgsmål så som: Hvornår skal vi så levere? Er vi så enige? Etc.

Den alternative metode:
Ved en afslutning efter alternativ metoden kan man stille spørgsmål så som: Ønsker du levering i uge xx eller yy? Hvil du betale netto kontant i 5% eller 30 dage netto? Etc.

Den dobbelt alternative metode:
Ved en afslutning efter dobbelt alternativ metoden kan man stille spørgsmål så som: Ønsker du levering i uge xx eller yy? Vil du betale netto kontant i 5% eller 30 dage netto? Eller, Ønsker du at vi skal lakere eller vil du selv? Og skal vi levere værktøj eller har du? Etc.

Tag-for-givet metoden:
Ved en afslutning efter tag for givet metoden kan man stille spørgsmål så som: Når vi nu leverer varen skal vi så ikke lave en test produktion sammen? Når vi nu forlanger en garanti betaler vi naturligvis omkostningerne. Når vi nu leverer skal vi så lakere eller vil du selv? Etc. – det er her vigtig altid at tale i når-form.

Opsummerings metoden:
Ved en afslutning efter opsummerings metoden kan man stille spørgsmål så som: Jamen var vi ikke enig om at levering om 1 uge var hurtigt? Vi aftalte at du kan få netto kontant -5% var det ikke korrekt? Vi aftale at prisen var 175.000 kr. var det ikke korrekt? Er der noget vi har glemt siden du ikke kan slå til? Etc. – metoden benyttes hvis kunden bakker ud lige inden accept.

Spørgsmåls metoden:
Ved en afslutning efter spørgsmåls metoden kan man stille spørgsmål så som: (Kunde) Kan man få 5% mere i rabat? (Sælger) Er det af afgørende

betydning for dig? (Kunde) Ja, (Sælger) Fint det aftaler vi. - Her kan man også bruge andre faktorer bare de er vigtige for kunden eksempelvis leveringstid, en bedre kontant rabat, en bedre kvalitet osv.

Rådgiver metoden:
Ved en afslutning efter rådgivnings metoden kan man formulere sig som følgende: Hvis du nu bruger den nye isolator i stedet for opnår din kunde en betydelig besparelse. Samtidig bør du anvende tre lag glas da det sidste lag forrenter sig selv over ti år. Hvi s du bruger os reducerer du dit lager betydeligt da vi levere pakket pr. ordre. Etc.

Quiz

Exercise: Hvilken salgsteknik skal bruges hvis: Du skal afdække en kundes købs motiv? Spørgeteknik Korrekt! Åbningsfasen (5x20) Det var desværre forkert. En sælger skal Det var desværre forkert.

Exercise: Hvilken salgsteknik skal bruges hvis: Du skal lukke en handel? EFU Metoden Det var desværre forkert. Spørgeteknik Det var desværre forkert. Afslutningsteknik Korrekt!

Exercise: Hvilken salgsteknik skal bruges hvis: Du lige er kommet ind til en kunde? Afslutningsteknik Det var desværre forkert. Åbningsfasen (5x20) Korrekt! En sælger skal Det var desværre forkert.

Exercise: Hvilken salgsteknik skal bruges hvis: Du skal beskrive et produkt? Spørgeteknik Det var desværre forkert. Afslutningsteknik Det var desværre forkert. EFU metoden Korrekt!

Exercise: Hvilken salgsteknik skal bruges hvis: Du taler med kunder (basale kommunikationsregler)? Afslutningsteknik Det var desværre forkert. Åbningsfasen (5x20) Det var desværre forkert. En sælger skal Korrekt!

Exercise: Hvilken salgsteknik skal bruges hvis: En kunde er utilfreds med den sidste leverance? Indvendinger (LAER) Korrekt! Spørgeteknik Det var desværre forkert. Afslutningsteknik Det var desværre forkert.